

# **PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DI PT. PAKERIN, SURABAYA**

## **TESIS**

**Oleh :**

**Ir. LILIANA DEWI  
NIM : 8112409008**



NO. INDUK	
NO. TESIS	
NO. I	
NO. II	
NO. BUKU	
NO. III	

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
JUNI 2010**

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DI PT. PAKERIN,  
SURABAYA**

**TESIS**

**Diajukan kepada  
Universitas Katolik Widya Mandala  
untuk memenuhi persyaratan  
gelar Magister Manajemen**



**Oleh**

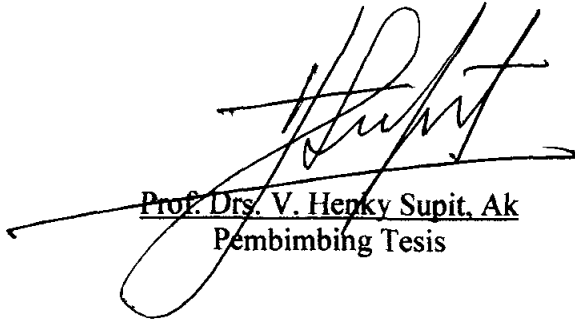
**Ir. Liliana Dewi  
8112409008**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA**

**2010**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis berjudul Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Di PT. Pakerin, Surabaya yang ditulis dan diajukan oleh Ir. Liliana Dewi 8112409008 telah disetujui untuk diuji.



Prof. Drs. V. Henky Supit, Ak  
Pembimbing Tesis

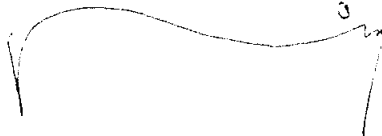
## LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis berjudul Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Di PT. Pakerin, Surabaya yang ditulis dan diajukan oleh Ir. Liliana Dewi 8112409008 telah diuji dan dinilai oleh Panitia Penguji Program Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Pada tanggal 16 bulan Juni tahun 2010

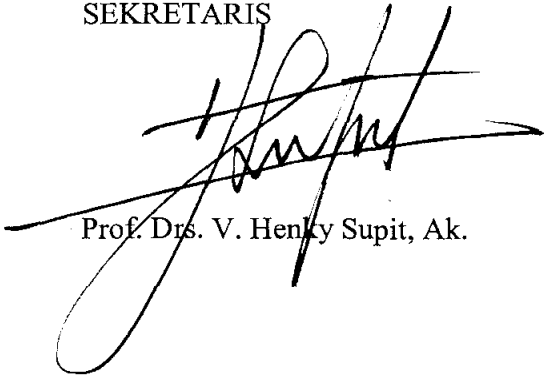
PANITIA PENGUJI

KETUA



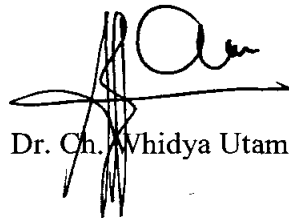
Dr. Hermeindito Kaaro, MM

SEKRETARIS



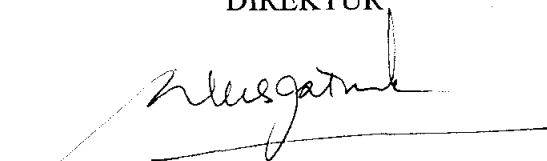
Prof. Drs. V. Henky Supit, Ak.

ANGGOTA



Dr. Ch. Whidya Utami, MM

PROGRAM PASCASARJANA  
DIREKTUR

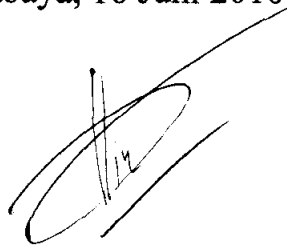


Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis ini adalah tulisan saya sendiri, dan tidak ada gagasan atau karya ilmiah siapa pun yang saya ambil secara tidak jujur. Bahwa semua gagasan dan karya ilmiah yang saya kutip telah saya lakukan sejalan dengan etika dan kaidah penulisan ilmiah.

Surabaya, 16 Juni 2010

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'L' followed by a series of loops and a final horizontal stroke.

Ir. Liliana Dewi 8112409008

**UCAPAN TERIMA KASIH**

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan baik dan lancar. Penulisan tesis ini dibuat untuk melengkapi syarat dalam memperoleh gelar Magister Manajemen di UNIKA Widya Mandala, Surabaya ini.

Bersama dengan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. J.S Ami Soewandi selaku Rektor UNIKA Widya Mandala, Surabaya.
2. Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko selaku Direktur Pascasarjana UNIKA Widya Mandala, Surabaya.
3. Prof. Drs. V.Henky Supit, SE, Ak yang dengan sabar membimbing dan meluangkan waktu untuk penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
4. Dr. Hermeindito Kaaro, MM dan Dr. Ch. Whidya Utami, MM., selaku dosen penguji tesis.
5. Soegiharto selaku pemilik, yang telah mengizinkan penulis untuk menjadikan PT. Pakerin sebagai obyek penelitian dan memberikan data-data yang penulis butuhkan.
6. Mama yang selalu memberikan dukungan dan doa agar penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis tepat pada waktunya.
7. Karen, Brian, Joseph yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan agar penulis berhasil dalam menyelesaikan studi di MM, UKWMS dan dapat menyelesaikan penulisan tesis tepat pada waktunya.

8. Teman-teman: Emmy, Kiki, Maria, Melissa Rulyanti, Melissa Rosalia, Putu, Kendro, Darma, Indah, dan lainnya yang selalu memberi semangat penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan tesis ini.
9. Karyawan PT. Pakerin (Arief, Budi, Ana, dan Lukman ) yang telah membantu dalam menyebarkan kuisioner kepada seluruh responden.
10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner yang disebarkan oleh penulis.
11. Staf perpustakaan dan staf TU (Vivi, Hari, dan Novi), dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungannya.

Akhir kata, semoga penulisan tesis ini dapat berguna bagi para pembaca yang membutuhkannya.

Surabaya, 16 Juni 2010

Penulis



## ABSTRAK

## ABSTRAK

Pelayanan yang baik akan berdampak kepada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen bukan satu-satunya hal yang membuat konsumen tetap loyal, terlebih di saat resesi global konsumen juga memperhitungkan faktor harga. Hal inilah yang membuat perusahaan harus berusaha memilih strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan, salah satunya adalah melakukan inovasi terus menerus sehingga dapat menghasilkan barang berkualitas dengan harga yang terjangkau.

PT. Pakerin adalah salah satu perusahaan kertas di Jawa Timur, Indonesia. Bertumbuhnya banyak industri kertas memberikan kesempatan lebih luas kepada konsumen untuk lebih memilih dan membeli produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini mengakibatkan munculnya persaingan antar perusahaan kertas. Harapan konsumen saat ini adalah memperoleh kertas yang baik dan harga yang terjangkau, jika harapan ini terpenuhi maka konsumen akan merasa puas dan dengan sendirinya akan mereferensikan perusahaan kertas tersebut. PT. Pakerin sebagai pelaku industri kertas merasakan bahwa kualitas layanan terbaik kepada konsumen merupakan hal yang penting.

Berdasarkan hasil penelitian, terbukti bahwa faktor-faktor kualitas layanan yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* mempengaruhi kepuasan konsumen PT. Pakerin, sehingga hipotesis pertama dapat diterima. Hasil perhitungan AMOS terlihat dari koefisien jalur dengan nilai CR 2,468 diperoleh probabilitas signifikansi yaitu  $p(0,014) < \alpha(0,05)$ . Hal ini berarti hipotesis diterima dengan pengaruh langsung dari faktor kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,602. Kualitas layanan yang baik dapat memberikan kepuasan pada konsumen, tetapi belum tentu kepuasan konsumen mengakibatkan konsumen loyal. Berdasarkan hasil penelitian ternyata kepuasan konsumen tidak terbukti mempengaruhi loyalitas konsumen pada produk PT. Pakerin, sehingga hipotesis ke dua ditolak. Hasil perhitungan AMOS terlihat dari koefisien jalur dengan nilai CR 1,535 diperoleh probabilitas signifikansi yaitu  $p(0,125) > \alpha(0,05)$ . Hal ini berarti hipotesis ditolak dengan pengaruh langsung dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,202.

PT. Pakerin harus lebih memperhatikan tidak hanya kualitas layanan namun juga mencari strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan, antara lain dengan melakukan inovasi terus menerus sehingga akhirnya bisa mendapatkan produk dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau. Kepuasan konsumen atas pelayanan ditambah dengan harga yang kompetitif membuat konsumen lebih loyal terhadap produk perusahaan tersebut. Konsumen loyal ini akan memberi dampak positif bagi pemasar karena dibutuhkan biaya yang lebih tinggi bila perusahaan mencari konsumen baru.

Kata kunci: Kualitas layanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*), Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

## ABSTRACT

Good services will have an impact on customer satisfaction. Consumer satisfaction is not the only thing that makes consumers remain loyal, especially in time of global recession consumers are also considering the price factor. This makes the company should try to choose the right strategy to win the competition, one of which is constantly innovating in order to produce quality goods at affordable prices.

PT. PAKERIN is one of paper companies in East Java, Indonesia. Paper industry grows much wider opportunities to consumers to help select and purchase the product in accordance with the wishes and needs. This resulted in the emergence of competition between paper companies. Consumer expectations this time are get a good paper and an affordable price, if these expectations are fulfilled then the customer will feel satisfied and by itself will refer the paper company. PT. PAKERIN as the paper industry players feel that the best service quality to consumers is essential.

Based on this research, proved that the factors of service quality consisting of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy affect consumer satisfaction PT. PAKERIN, so the first hypothesis can be accepted. Good service quality can give satisfaction to the consumer, but not necessarily lead to a loyal customer following consumer satisfaction. Based on the findings proved consumer satisfaction is not proven to influence consumer loyalty to the product of PT. PAKERIN, so that the second hypothesis was rejected.

PT. PAKERIN should give more attention not only service quality but also to find out the right strategy to win the competition, among others, by making continuous innovations so that finally can get products with good quality and affordable prices. Customer satisfaction for services coupled with competitive prices make consumers more loyal to product companies. Loyal consumers will give positive impact for marketers because it requires higher costs if companies are looking for new customers.

**Key Words:** Service Quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy), Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

## DAFTAR ISI

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1        PENDAHULUAN.....	1
1.1        Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2        Perumusan Masalah.....	6
1.3        Tujuan Penelitian.....	7
1.4        Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2        KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1        Penelitian Terdahulu.....	9
2.2        Landasan Teori .....	11
2.2.1        Pengertian Pemasaran.....	11
2.2.2        Pengertian Kualitas.....	15

2.2.3	Kualitas Layanan .....	18
2.2.4	Kepuasan dan Loyalitas Konsumen.....	23
2.2.5	Hubungan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen.....	33
2.3	Kerangka Konseptual dan Hipotesis.....	34
2.3.1	Kerangka Konseptual.....	34
2.3.2	Hipotesis.....	35
BAB 3	METODE PENELITIAN .....	36
3.1	Jenis atau desain Penelitian.....	36
3.2	Populasi dan Sampel.....	37
3.2.1	Populasi.....	37
3.2.2	Sampel.....	37
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.2.4	Identifikasi Variabel.....	40
3.3	Definisi Operasional.....	41
3.3.1	Kualitas Layanan.....	41
3.3.2	Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.....	44
3.3.3	Variabel Penelitian.....	46
3.3.4	Bahan Penelitian.....	46
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	47
3.4.1	Jenis Data.....	47
3.4.2	Sumber Data.....	47

3.5	Pengukuran Variabel.....	48
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	49
3.6.1	Alat Pengumpulan Data.....	49
3.6.2	Metode Pengumpulan Data.....	50
3.7	Teknik Analisis Data.....	50
BAB 4	ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	58
4.1	Karakteristik Responden.....	58
4.1.1	Usia responden.....	58
4.1.2	Jenis kelamin responden.....	59
4.1.3	Pendidikan responden.....	59
4.1.4	Lama penggunaan produk kertas PT. Pakerin.....	60
4.1.5	Rata- rata penggunaan produk kertas PT. Pakerin setiap bulan.....	61
4.2	Analisis Hasil Penelitian.....	62
4.2.1	Ukuran Sampel.....	62
4.2.2	Uji validitas dan reliabilitas.....	63
4.2.2.1	Uji validitas.....	63
4.2.2.2	Uji reliabilitas .....	63
4.3	Uji Confirmatory Factor Analysis.....	65
BAB 5	PEMBAHASAN.....	73
5.1	Pengaruh Persepsi Atas Kualitas Layanan PT. Pakerin terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Produk Kertas PT. Pakerin.....	73

5.2	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Produk Kertas PT. Pakerin.....	74
5.3	Alasan hipotesis ke-dua tidak terbukti kebenarannya.....	75
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	78
BAB 6	PENUTUP.....	79
6.1	Kesimpulan.....	79
6.2	Saran.....	80
BAGIAN AKHIR		
	Daftar Pustaka.....	81
	Lampiran-Lampiran.....	86



## DAFTAR TABEL

### Tabel

1.1	Data Penjualan Kertas Di PT. Pakerin Surabaya.....	3
2.1	Definition of Brand Loyalty and Their Shortcomings.....	31
3.1	Indeks Goodness Of Fit .....	56
4.1	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia.....	59
4.2	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.3	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan.....	60
4.4	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Lama Penggunaan Produk Kertas P.T. Pakerin.....	61
4.5	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Ton Penggunaan Produk Kertas PT. Pakerin Per Bulan.....	62
4.6	<i>Loading Factor</i> (Koefisien Lamda) Variabel Penelitian.....	63
4.7	Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	64
4.8	Hasil Pengujian Tahap Akhir Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Dan Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada PT. Pakerin.....	65
4.9	Koefisien Jalur, CR, Dan Probabilitas Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Kualitas Layanan, <i>Customer Satisfaction</i> , Dan <i>Customer Loyalty</i> Terhadap Produk Kertas PT. Pakerin.....	68

4.10	Pengujian Terhadap Pengaruh Langsung Kualitas Layanan Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Dan <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	70
4.11	Pengujian Terhadap Pengaruh Tidak Langsung Kualitas Layanan Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	70
4.12	Pengujian Terhadap Pengaruh Total Kualitas Layanan Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> , Kualitas Layanan Terhadap <i>Customer Loyalty</i> , Dan <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1.	Kuisisioner.....	86
2.a	Data Pribadi.....	91
2.b	Jawaban Responden Pada Kuisisioner.....	95
3.	Hasil Output Amos.....	98
3.1	Gambar model lengkap.....	99
3.2	Variable Summary.....	100
3.3	Parameter Summary.....	101
3.4	Notes For Model.....	102
3.5	Estimates.....	103
3.6	Minimization History.....	114
3.7	Pairwise Parameter Comparisons.....	115
3.8	Model Fit.....	121
3.9	Execution Time Summary.....	123